中央研究院近代史研究所集刊
第131期（民國115年3月），153-162
©中央研究院近代史研究所

Yanqiu Zheng, *In Search of Admiration and Respect: Chinese Cultural Diplomacy in the United States, 1875-1974*

Ann Arbor: University of Michigan Press, 2024. 268 pp.

徐祥弼*

美國聖勞倫斯大學鄭硯秋（Yanqiu Zheng）教授的新著，以「文化外交」（cultural diplomacy）爲取徑，梳理了十九世紀後半以來，中國重建威望、爭取國際仰慕與尊重的一段故事。本書別出心裁地提供了過往文化冷戰研究中缺席的視角，亦即改由非西方強權作爲行動主體，[1]以「全球南方」視野批判性地討論了近年熱門的「世界中的美國」（the United States in the World）領域。作者聚焦於華美協進社（China Institute in America）與國府（Nationalist government）[2]兩個行動者對美的公開宣傳工作，提出「說服性基礎建設」（infrastructure of persuasion）一說，著眼於文化資訊經產製、包裝後，如何投射（projection）與呈現的經過。本書不僅說明了在現代中國國家形成及後續重塑國際形象的過程中雙方的努力與貢獻，並且揭示了體制外的智識菁英與政治

* 國立臺灣大學歷史學系碩士

1 近年，西歐以外地區的文化冷戰愈發獲得研究者關注，但仍高度集中於美國或前殖民母國開展的資訊活動（information），有關第三世界國家主導的文化冷戰討論仍頗爲有限，如 Hye-jung Park, “Negotiating an Unequal Partnership: The Korean Children’s Choir 1954 U.S. Tour and Syngman Rhee’s Diplomacy,” *The Journal of American-East Asian Relations*, 28:3 (September 2021), pp. 218-46. Renata Keller, “The Revolution Will Be Teletyped: Cuba’s Prensa Latina News Agency and the Cold War Contest over Information,” *Journal of Cold War Studies*, 21:3 (Summer 2019), pp. 88-113.

2 作者書中主要以“the Nationalist government”行文，指涉 1948 年制憲前的國民政府，以及之後由國民黨領導的中華民國政府。

權力中樞對於「中國性」詮釋的合謀與暗中角力，提供了理解冷戰前後中美交往的新穎視角。

在章節安排上，本書除緒論、結論外，合計五章。第一章考察中華帝國秩序自十九世紀中葉日漸崩潰以來，具國際視野的智識菁英如何嘗試扭轉西方對中國的負面印象，以及紐約華美協進社於 1926 年成立以來的早期歷史。作者認為，協進社在中華教育文化基金董事會（China Foundation for the Promotion of Education and Culture, 簡稱中基會）的資助下成立，標誌著中國文化外交的制度化進程，首次組織化地在海外推廣中國精緻文化。這些活動除了支援中國官方赴美留學生業務、協辦梅蘭芳 1930 年赴美巡演，更辦理教師培訓計畫、出版中國參考書目、各類展覽與講座等靜態文化推廣活動，形塑了二戰以前紐約都會區大眾的中國印象。第二章概述新興的中國政府參與海外展覽與世界博覽會的經過。1930 年代日軍對華侵略威脅加劇，使國民政府更加重視古文物與文化外交，意圖藉由文物展示來凸顯中國文化道統，爭取國際社會的同情與支持。然而，中日戰爭的爆發，再次使國府分神於抗日工作，無奈只能缺席 1939 年的紐約世界博覽會。第三章焦點回到了協進社在戰時至冷戰初期的金流、目標與紛擾，作者稱之為「慈善冷戰」（philanthropic Cold War）。為了擴大財源，協進社展開與新利益關係人的合作，新成立的亨利盧斯基金會（Henry W. Luce Foundation）、國府、洛克菲勒基金會（Rockefeller Foundation）三方的捐助，有其各自的盤算與對中國的構想。簡言之，在亨利盧斯基金會大力支持協進會下，國府著眼於其潛在效益，強化了文化外交的興趣與投入。作者嗣後將目光轉向政府利用中國文化遺產展開文化外交的構想、著力與折衝。第四章聚焦 1962 年故宮博物院赴美巡迴「中國古藝術品展覽」（Chinese Art Treasures Exhibition）、1964 年紐約世博會展覽兩項案例，說明國府如何利用古文物訴求自身政權正統的宣傳敘事，以及過程中遭遇的挑戰。第五章則探討 1960 年代後期至 1970 年代中期國際情勢的變動，導致國府與協進會各自伺機開拓版圖、強化宣傳工作。作者利用 1973 年京劇團赴美演出案例，闡釋國府文化外

交策略轉折，藉此對抗中共乒乓外交攻勢與瀋陽雜技團的體育宣傳。

綜合來看，作者認爲中國始終無能建立起穩定的「說服性基礎建設」，藉以有效傳遞文化資訊、開展文化外交工作，重建中國的外在形象。華美協進社雖已建立起資訊傳播的平臺，但缺乏穩定資金，行動範圍與成效頗爲有限；國府並未制訂通盤文化外交政策，並缺乏專責單位，其行動終究淪爲自我東方化的剎那華麗煙火。最終，國府形塑自身爲中國正統的政治訊號及其文化外交成果，只是諷刺性地間接協助了商人與其他歷史行動者，打造東方異國情調風景與消費刺激。

本書透過協進社與國府的文化外交努力，清楚闡釋了國民黨政府在海外的活動，以及冷戰脈絡下的跨國聯繫，爲近代中國史、戰後臺灣史補上一塊重要拼圖。筆者認爲本書有以下幾項貢獻。

首先，該書仰賴的「世界中的中國」（China in the world）取徑，對於跨文化交流與海外僑民行動者的強調，有意地模糊現代國家的地理與身分邊界，提供了思考、理解現代中國歷史的另一種路徑。作者對於前沿研究的熟稔，亦使這本專著有著更廣泛的對話空間與多元的觀看角度，清楚地闡釋了近代中國與全球史、冷戰研究的呼應、連帶與理論修正的潛力。例如，協進社（非政府行動者）與國府（國家）所交織的跨國網絡，提供了「國家—私營網絡」（State-Private Network）[3]的全球南方案例，說明後進國家同樣有能力藉此開展文化外交工作，而非只是受到大國強權的冷戰構想與布局所牽制。同時，戰後國共對峙與新興的第三勢力，導致「中國」代表權眾聲喧嘩的結果，則提供冷戰慈善基金會研究另一種思考與詮釋的可能性。本書透過受援方協進社案例，暴露了

3　此一說法由外交學者 W. Scott Lucas 提出，旨在說明美國政府與學術團體、工會與基金會等看似中立的非政府組織合謀，透過冷戰時期的分工網絡，最大程度地深化美式意識形態的影響力。Scott Lucas, "'Total Culture' and the State-Private Network: A Commentary," in Jessica C E. Gienow-Hecht and Frank Schumacher, eds., *Culture and International History* (New York and Oxford: Berghahn Books, 2004), pp. 206-214. 相關案例可參見 Helen Laville and Hugh Wilford, eds., *The US Government, Citizen Groups and the Cold War: The State-Private Network* (London and New York: Routledge, 2006).

大型非政府組織的現實盤算：組織的經營與戰略布局，往往優先於既往強調的冷戰意識形態與慈善理念，彼等「是一種權宜性的結合，而非既定的意識形態共識」（頁 90）。

其次，不同於既往宣傳研究多以國府為行動主體，關注其如何開展國內政治宣傳，[4]或析論其對美宣傳攻勢，[5]本書轉而聚焦國府在海外進行文化外交的素材本身，以及環繞這些文化資訊的爭論、協商與執行網絡，相當精巧地提出了「說服性基礎建設」一說。在此基礎上，作者進一步將不同時期的宣傳置放於整體文化外交的長時段目標下，評估宣傳如何能使中國重新贏得國際聲望。一方面，協進社既是與國府無上下關係的個別文化外交行動者，雙方同為中國文化的「說服性基礎建設」，共同參與重構中國的外在形象。另一方面，協進社又參與以國府為核心的「國家—私營網絡」，強化政府版本的「說服性基礎建設」。如此，產生了巧妙的雙重性，使得協進社既服膺於文化上的「中國」，又因冷戰現實而支持國府的對外宣傳。此一取徑擴大了傳統宣傳研究的視野，亦使本書的討論間接呼應了華勒斯坦（Immanuel Wallerstein）對於亞洲是否能適用於「冷戰」概念的質疑。[6]國共內戰的漫長化，導致美國慈善圈、文化界與政壇被捲入了「中國問題」之中（頁 67-83、138-143、148-151），國府企圖透

4 論者多關注國府如何將國際形勢轉化為內部宣傳，相關討論參：張淑雅，〈「主義為前鋒，武力為後盾」：八二三砲戰與「反攻大陸」宣傳的轉變〉，《中央研究院近代史研究所集刊》，期 70（2010 年 12 月），頁 1-49；張淑雅，〈無礙反攻？「中美共同防禦條約」簽訂後的說服與宣傳〉，《國史館館刊》，期 48（2016 年 6 月），頁 107-174；陳翠蓮，〈一九五〇年臺灣問題國際化與國民黨政府的因應對策〉，《臺灣史研究》，卷 28 期 1（2021 年 3 月），頁 129-178。

5 過去研究僅著眼於其目的、布局與宣傳的資訊層面：陳冠任，〈1950-60 年代中華民國對美宣傳政策的轉型〉，《政大史粹》，期 27（2014 年 12 月），頁 91-119；賴韋廷，〈中華民國對外文化冷戰：以外交部對美宣傳為中心，1949-1985〉（臺北：國立政治大學歷史學系碩士論文，2023 年 6 月）。亦有以國民外交視角，檢視國府冷戰外交策略者：郭金芳、郭憲偉，〈劍指「南方」：臺灣運動援外的冷戰經驗（1968~1989）〉，《政治科學論叢》，期 101（2024 年 9 月），頁 129-185。

6 華勒斯坦指出，在西歐以外的區域性衝突中，美國多屬被動介入，實情應是第三世界國家利用冷戰兩強達成個別的政治目標。Immanuel Wallerstein, “What Cold War in Asia? An Interpretative Essay,” in Zheng Yangwen, Hong Liu, and Michael Szonyi, eds., *The Cold War in Asia: The Battle for Hearts and Minds* (Boston: Brill, 2010), pp. 15-24.

過文化外交攏絡美國更大程度地參與其陣營的構想，儼然成爲一場以美國爲競技場的中國內戰／冷戰。對於內戰中失利的國民黨而言，中國古藝術品展覽、京劇演出等文化外交工作，既反映其統治正當性的焦慮，更帶有與頭號大敵共產黨競奪「中國」代表權的冷戰目標。誠如作者所言：「1950 年代國民黨以反攻大陸、推翻中華人民共和國爲核心的末世論宣傳，幾乎未能引起美國人的共鳴；相較之下，透過傳統中國文化來低調地推銷其政治正當性的訊息，反而更有可能吸引這一群重要的聽眾。」（頁 102）換句話說，這是一場戴杰銘（Jeremy E. Taylor）所謂的「中國文化冷戰」（Chinese Cultural Cold War），[7]只是對象從東南亞的海外華人，轉爲沒有血緣紐帶的美國大眾；目標亦由海內外華人的內部整合，變成了「贏得國際上，主要是美國的善意」（頁 5）。

在對外文化宣傳過程中，其他行動者與受眾的參與和回應，促使官方回頭反思並重構自身的文化敘事、調整行動方針。作者不僅關注博覽會研究中熱門的展示意圖與觀看視線，[8]同時也聚焦展覽背後的各方行動者、利益關係者的交涉與競合關係。隨著國共政治路線之爭的白熱化，協進會的工作出現「古文物轉向」（antiquarian turn），這與力圖藉中國古代文物與藝術強化自身政權合法性的國府，產生意外的交集（頁 83）。對國府而言，文化外交工作除須與中共競爭，更面臨各方行動者的挑戰，這反映在兩個方面上：第一，考量財力與人力限制，實務運作往往得仰賴美國博物館策展人、經紀公司或報章媒體等在地協力者的支援。因需兼顧並妥協於各方期待，導致當局意欲傳達的「正統中國」文化與政治訊息大打折扣。例如在故宮赴美的「中國古藝術品展覽」中，美國策展人更關心在國際藝術市場受到關注、符合西方藝術史視角下風格分析的重要文物，而非如官方所期待的，透過脈絡化的全面展示，進而引導觀眾看見「一條指向國民黨政府統治的線性發展」（頁 94-111）。第二，「中國」形

7 Jeremy E. Taylor, “Introduction: Putting ‘Chineseness’ Back into Cold War Cultures,” in Jeremy E. Taylor and Lanjun Xu, eds., *Chineseness and the Cold War Contested Cultures and Diaspora in Southeast Asia and Hong Kong* (London and New York: Routledge, 2021), pp.9-13.

8 如同吉見俊哉所言，見氏著，蘇碩斌、李衣雲、林文凱、陳韻如譯，《博覽會的政治學》（臺北：群學出版有限公司，2010），頁 18-21。

象潛藏的龐大商業利益，引來民間企業家、藝廊、骨董商、唐人街等各方行動者角逐中國文化的代理，終究只呈現出一幅破碎、紛雜且高度東方主義化的中國形象（頁 59-65、118-124）。

在這個基礎上，作者開展出了本書的隱藏命題：「中國」如何被展演？冷戰如何牽動並催化「中國性」（Chineseness）的內涵、界定與展演？作者的解答是，訴諸漫長歷史與傳統，形塑國府作爲中國文化與政治繼承人的形象。本書揭示國府調用歷史強化自身話語權，不只發生於對臺灣社會展開的文化重塑、中國血脈的移植，亦存在於對外的文化宣傳與競爭「中國」代理權的外交努力。例如展示故宮蒐藏的前朝皇家文物珍藏，這些文物恰恰「成爲強而有力的合法性象徵，一個悠遠文明躲過了共產黨的毀壞」（頁 92）。再如推動京劇在美國的巡演，以此強調臺灣是「人們得以看見『與兩百年前相同』的服飾妝容，並欣賞『中華五千年文明的體現』的地方」（頁 141）。儘管國府有時試圖戰略性地「自我東方化」（self-Orientalization），加強美國受眾印象（頁 115-116、140、157），但由於成果往往未能直接反映初始構想，在他鄉的文化外交努力經常只留下異國情調的印象，或僅能吸引藝術愛好者，到頭來，仍無力排解「訊息傳播中藝術性與政治性的意思落差」（頁 147），未能有效地將文化外交努力轉化爲實際政治支持。

綜觀全書，可知作者極具野心，開展出續紛而詳實的討論，留下許多值得後進研究者按圖索驥、加以發揮的伏筆。然而，要在有限的篇幅中充分展現本書主題之深廣，實屬不易，因而作者也在若干處留有可供商榷與深究的空間。

首先，貫穿本書的核心概念「文化外交」（*wenhua waijiao*）是一理論名詞，在全書中並未實際對應官方任一文化相關的外交政策。全書僅兩處提及此詞，先是 1930 年代中國智識菁英用以形容日本對外的文化交流策略，隨後則是 1970 年代國民黨當局用以回應官方外交挫折的軟性宣傳攻勢（頁 54、152）。作者在前言指出，此名詞內涵大抵近似於國際關係研究中常見的公共外交（public diplomacy）、軟實力（soft power），以此取代近代中國史相對常見但

較少關注於文化層面的「國民外交」、慣常添附上政治價值判斷的「宣傳」等語（頁 7-9）。然而，作者雖詳細列舉了協進社的各項行動，但對於國府的文化外交策略，僅以 1939 年紐約世博會、1962 年故宮的「中國古藝術品展覽」、1964 年紐約世博會中華民國館和 1973 年京劇團赴美巡演四個案例作爲代表，未能進一步闡明案例各自脈絡、意義與後續影響，以及國府在展覽會與巡演期間之外的其他文化外交工作。縱使本書在不同章節呈現了相當細緻且精彩的文化外交案例，各章論述重心的移轉亦顯見作者的博學，可惜在最終編校成書的過程中，未能進一步將案例放置回國府整體外交布局與政治背景之中，最終折損了作者嘗試建構中國近百年龐大文化外交敘事之企圖。

誠如陳冠任指出，爲因應美國「康隆報告」（Conlon Asia policy report）的衝擊，中華民國 1962 年起調整並加強對美宣傳力度，其中一項建議便是要求擴大宣揚傳統藝術、參與美方展覽會與表演等藝文活動。[9]換言之，作者所謂「文化外交」不過是政府整體對美宣傳計畫的一環，書中考察的幾項大型活動又僅僅是這些文化外交下的子項目。由於缺乏對脈絡的系統梳理，作者試圖以幾項「說服性基礎建設」個案發揮見微知著之效的努力，最終未能充分展現應有的說服力。又如書中指出，1960 年代後期，因國際情勢風雨飄搖，國府開始資助更多邊緣組織，以干擾美國與中共間的往來（頁 135-136）。當時政府的海外工作，主要由黨務、僑務、外交工作三方相互支援，長年資助的僑團、僑報、黨周邊組織與各式海外代理機構，實際上都發揮了類似的宣傳功能。[10]依作者的觀點，這些亦可視爲國府所布置的「說服性基礎建設」，同樣地促進了文化外交的成果。然而，由於作者的研究議題與材料選擇的限制，這些潛在的「說服性基礎建設」並未納入本書的分析視野，使得本書推導出不盡公允的結論：相較於協進社「規模不大但持續進行的計畫」，國民黨政府的文化外交工作則多透過「定期舉辦但曇花一現的大型宣傳活動」（頁 156）。

---

9 陳冠任，〈1950-60 年代中華民國對美宣傳政策的轉型〉，《政大史粹》，期 27，頁 101-104。

10 彭佩琪，〈國民黨政府在美僑社的僑務工作（1949-1960）〉（臺北：國立臺灣師範大學歷史學系碩士論文，2009 年 6 月），頁 24-60。

這就衍伸出下一個耐人尋味的問題：華美協進社與國民黨政府究竟在彼此的文化外交中扮演何種角色？作者提到中國近代的文化外交透過此一「雙軌結構」（bifurcated structure）開展，並以華美協進社為中國文化的說服性基礎建設（頁 6-10）。但全書除了第三章、第五章第一節詳細討論了雙方互動的狀況，在其餘篇幅中，兩者的行動幾無交集。事實上，華美協進社於 1954 年設立臺灣分社，成員多為國府重要文化人士，而副會長多由美國中央情報局資助的亞洲基金會（The Asia Foundation）臺灣代表擔任；[11]臺灣分社除提供赴美留學學生諮詢，亦與美國新聞處合辦美國版畫展等活動。[12]協進社與國府的關係，顯然比本書描繪得更為緊密。雙方如何相互支援並競合，協進社又如何穿梭、斡旋於國府與美方之間，成了另一個有待解決的問題。

抑有進者，由於本書未能進一步考察美國東亞政策與冷戰布局，使其誤讀了先行研究，因而得出：「有別於既有研究發現」，美國對國府文化方面的支持應早於 1958 年金馬危機之結論（頁 100）。[13]事實上，美國早在冷戰初期即已意識到，國府作為中國象徵符號，具有運用於心理戰的潛在價值，所以在 1953 年的 NSC 146／2 號文件中，即強調須將臺灣打造為替代性的中國。而同年亞洲基金會在臺灣的工作，即包括協助建設北溝展覽館展出故宮珍品、編印展覽目錄等事宜，其背後的目的，無非在強化國府作為正統中國文化繼承者的形象。[14]綜而言之，故宮文物、協進社臺灣分社的案例，在在說明了美國對國

11 徐祥弼，〈打造「自由中國」：亞洲基金會與冷戰初期的臺灣（1952-1960）〉（臺北：國立臺灣大學歷史學系碩士論文，2023 年 12 月），頁 47-48。

12 陳曼華，〈藝術與文化政治：戰後台灣藝術的主體形構〉（新竹：國立交通大學社會與文化研究所博士論文，2016 年 7 月），頁 20-26。

13 不過，作者徵引的兩篇研究成果中：張淑雅僅指出，美方在 1958 年主張以文化方式展開精神反攻，抑制蔣介石的武力反攻；趙綺娜亦僅提及，美國駐華大使館在 1959 至 1963 年間的報告中，愈發強調須加強國府作為中國文化代表的地位。張淑雅，〈臺海危機與美國對「反攻大陸」政策的轉變〉，《中央研究院近代史研究所集刊》，期 36（2001 年 12 月），頁 267-270；趙綺娜，〈美國政府在台灣的教育與文化交流活動（一九五一—一九七〇）〉，《歐美研究》，卷 31 期 1（2001 年 3 月），頁 108-112。

14 徐祥弼，〈打造「自由中國」：亞洲基金會與冷戰初期的臺灣〉，頁 53、62-63。在亞洲基金會捐資興建的北溝展覽館落成前夕，該會會長亦曾函覆外長葉公超，提到將在落成當天邀請亞洲各國的藝術專家造訪，以此刺激亞洲內部的文化交流，並且向國際賓客指出：「臺灣是中國文

府「中國」敘事與對外宣傳的關鍵影響。更進一步說，國府與協進社皆運用了美國的力量與國際地位，以爭取國際社會的認同與尊重。

最後，則是本書有關「臺灣化」的討論。研究者普遍認爲，1970 年代國民黨政府在不同領域皆出現了臺灣化轉向：政治上有蔣經國開始「非制度性地個別攏絡」本省人；[15]經濟上則如推動十大建設、以臺灣爲發展基地；[16]文化上開始關注地方性文化並設置縣市文化中心等。[17]經此一動態轉折的中華民國臺灣化過程，形成了若林正丈所謂的「七二年體制」。[18]不過，作者認爲，文化外交領域上應更早地於 1960 年代便展開了臺灣化進程。出自於對觀光行銷的重視，國府的「中國」愈發立基於臺灣，舉凡在 1964 年紐約世博會中，刻意將藝術文物與臺灣的經濟成就結合，在凸顯政治合法性的同時，也使古文物成爲吸引西方人來臺觀光的重要元素（頁 112-117）；1970 年代則以刊載大量臺灣宗教節慶、工藝與原住民文化的英文版《漢聲雜誌》（*ECHO of Things Chinese*），作爲中華航空的機上雜誌（頁 151-152）。作者將臺灣出現在文化外交宣傳素材中視爲「臺灣化」的表徵，顯然與過往研究者從國民黨施政開始著眼臺灣本地、進用本省人的見解，存在明顯差異。事實上，早在 1950 年代，政府已在公關公司製作的對美宣傳片中，呈現臺灣街景、歌仔戲等本土元素，並強調戰後臺灣之進步。[19]黨政要員杭立武亦於 1952 年以英文出版《今日臺灣》（*Taiwan Today*），作爲海外宣傳之用。[20]對於 1950 年代後期開始發展觀光事業的國府

化的保存庫。」「Robert Blum 致葉公超函」（1957 年 3 月 4 日），〈故宮古物雜卷〉，《外交部檔案》，國史館藏，典藏號 020-090502-0054。

15 若林正丈著，洪金珠、許佩賢譯，《臺灣：分裂國家與民主化》（臺北：月旦出版社，1994），頁 179-186。

16 石田浩，〈戰後臺灣經濟成長的要因爲何？〉，收入氏著，編譯小組譯，《臺灣經濟的結構與開展：臺灣適用「開發獨裁」理論嗎？》（臺北：自由思想學術基金會，2007），頁 96-98。

17 若林正丈著，洪郁如等譯，《戰後臺灣政治史：中華民國臺灣化的歷程》（臺北：臺大出版中心，2016），頁 148-153。

18 若林正丈著，洪郁如等譯，《戰後臺灣政治史：中華民國臺灣化的歷程》，頁 121-134。

19 陳冠任，〈1950 年代國民黨當局對美宣傳策略的形成與轉變〉，收入沈志華、唐啓華主編，《金門：內戰與冷戰：美、蘇、中檔案解密與研究》（北京：九州出版社，2010），頁 294-295。

20 徐祥蒴，〈打造「自由中國」：亞洲基金會與冷戰初期的臺灣〉，頁 50。。*Taiwan Today* 一書之中譯本見杭立武著，程志政譯，《今日臺灣》（臺北：正中書局，1956）。

而言，由於實際統治範圍僅存臺灣及周邊島嶼，殊難以以既往的中原河山作爲觀光宣傳主題，遂轉而將中國文化與臺灣結合，藉此打造「自由中國」的新象徵，同時宣揚臺灣的現代化成果。[21]至於這樣的轉向，是否可以概括爲國府在文化外交或觀光宣傳上的「臺灣化」，仍有討論的空間。

本書在有限的篇幅中，嘗試深入淺出地闡明中國國家形成過程中長時段的外在形象重塑，爲理解近代中國、中美關係與冷戰史提供了新視角，對後續研究亦具啓發意義。雖仍有未盡之處，但整體論述精彩，瑕不掩瑜，更在一定程度上，呼應了當前全球對中共孔子學院議題的關注。[22]

21　龐舜勤，《發展觀光事業》（臺北：中央委員會第五組編印，1957），頁 4-5。

22　自 2004 年第一所孔子學院於首爾開辦以來，擴展迅速，十餘年裡已在全球開辦逾 500 間學院。雖然孔子學院提供各大學語言教學與相關研究經費，但其管理委員會由中共統戰部幹部出任，因而引發外界質疑其爲中國進行政治宣傳、言論審查，甚至破壞學術自由，不少大學亦以此爲由關閉校內的孔子學院。Jane Pong and Emily Feng, “Confucius Institutes: Cultural Asset or Campus Threat?,” *Financial Times*, October 26, 2017, https://ig.ft.com/confucius-institutes/ (accessed June 11, 2025).